Communiqué de presse

**PARIS, LE 30 NOVEMBRE 2026**



# Noël 2026 : les Français réduisent leur budget cadeaux à 370 euros

**À quelques semaines de Noël, comment les Français envisagent-ils leurs achats de cadeaux ? Quel budget comptent-ils y consacrer ? Quelles enseignes privilégient-ils et comment préparent-ils leurs achats ? Pour la sixième année consécutive, Bonial et OpinionWay décryptent les habitudes d'achat des Français à l'approche des fêtes de fin d'année. Avec un budget moyen de 370 euros (- 44 euros par rapport à 2024), les consommateurs resserrent leurs dépenses sans pour autant renoncer à la magie des fêtes. Cette enquête permet de suivre depuis 2020 l'évolution des comportements de consommation et les arbitrages opérés par les Français à l'approche des fêtes.**

Télécharger l'étude

## Un budget cadeaux qui recule de 44 euros en deux ans

Cette année, les Français prévoient de consacrer en moyenne **370 euros à leurs cadeaux de Noël**, soit 44 euros de moins qu'en 2024. Une baisse qui s'inscrit dans une tendance observée depuis le lancement du baromètre, il s'agit du **budget le plus bas** enregistré depuis six ans.

Dans le détail, 28 % des personnes interrogées prévoient un budget de 500 euros ou plus. Une enveloppe plus fréquente chez les 65 ans et plus (38%), qui peuvent avoir plusieurs générations de leur famille à gâter à Noël.

Malgré cette contraction budgétaire, le nombre de cadeaux envisagés reste stable : les Français prévoient toujours d'offrir **7 cadeaux en moyenne.** Une stabilité qui témoigne de leur volonté de préserver la magie des fêtes, tout en adaptant leurs dépenses.

## Le prix, premier critère de choix du lieu d'achat

Dans un contexte de maîtrise des dépenses, le **prix reste le premier critère de choix** du lieu où acheter ses cadeaux de Noël, cité par 32 % des répondants. Il devance le choix des produits (19 %), les promotions (13 %) et la disponibilité des produits (13 %).

Si cette hiérarchie de critères reste stable depuis plusieurs années, l'évolution des résultats depuis 2020 témoigne d'une transformation des comportements d'achat : la comparaison des offres s'impose désormais comme un réflexe avant tout achat. En 2026, 60 % des Français prévoyant d'acheter des cadeaux déclarent ainsi comparer les prix et les promotions sur les sites des enseignes. Une proportion qui a triplé depuis 2020 et progressé de 9 points par rapport à 2024.

La consultation des catalogues reste également une pratique bien ancrée : près d'un Français sur deux (49 %) les consulte pour préparer ses achats de Noël, qu'ils soient disponibles en ligne ou reçus à domicile.

## Des achats toujours majoritairement réalisés en magasin

Si internet occupe une place importante dans la préparation des achats, les magasins physiques conservent un rôle central dans le parcours d'achat de Noël.

Parmi les Français qui prévoient d'acheter des cadeaux de Noël, 85 % déclarent effectuer leurs achats en magasin, seuls ou en complément d'achats en ligne. Dans le détail, 63 % combinent achats en ligne et en magasin, tandis que 22 % privilégient exclusivement les points de vente physiques. A l'inverse, 15 % réalisent l'intégralité de leurs achats sur Internet.

Côté enseignes, Amazon arrive en tête des intentions d'achat (49 %), suivi par E.Leclerc (20 %) et Fnac Darty (20 %) ex-aequo. Decathlon arrive en troisième position (17 %).

Méthodologie

Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 1032 personnes. Les interviews ont été réalisées du 4 au 5 novembre 2026.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :"Sondage OpinionWay pour Bonial "et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Contact presse



**Emily Tamazirt**
SENIOR PR MANAGER
emily.tamazirt@bonial.fr
+33 6 69 38 35 37

Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroitre leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter notre site